

## Richtlinien der Veröffentlichung

### 1) Kampagnenmodule:

Die Preise für die Kampagnenmodule sind unverbindliche Durchschnittsbruttopreise und dienen ausschließlich der Orientierung. Sie sind weder buchbar, noch begründen sie einen Rechtsanspruch, welcher Art auch immer.

### 2) Quellenangaben: Alle Auswertungen, die veröffentlicht werden, müssen nachvollziehbar sein.

Dazu ist die zwingende Quellenangabe mit folgenden Inhalten erforderlich:

- Media Server (Titel der Studie)
- Erhebungszeitraum
- Basis der zitierten Ergebnisse (Zielgruppe und ggf. ungewichtete Fallzahlgröße)
- Media Server-Studienteil (Tagesablauf, Profiling, Planung)

Ebenso ist zu verfahren, wenn Media Server-Daten für interne Zwecke verwendet werden.

**3) Verwendung des Media Server-Logos:** Alle Bezieher/Auftraggeber des Media Server sind berechtigt, das Media Server-Logo in ihren Auswertungen zu verwenden, sofern die dargestellten Daten aus der Studie Media Server stammen.

**4) Kommastellen:** Alle Prozent-Ergebnisse aus dem Media Server dürfen mit maximal 1 Kommastelle ausgewiesen werden. Es gilt: kaufmännisch gerundet.

**5) Projektion:** Die Darstellung der Projektion („Reichweiten“) soll in 1.000 erfolgen. Die Projektionszahl (Hochrechnungszahl) der jeweiligen Grundgesamtheit/Zielgruppe kann bis zur Einerstelle aufgelistet werden.

**6) Fallzahlgrenzen:** Jedes aus dem Media Server zitierte Ergebnis muss auf einer Auswertungs-Basis von zumindest 150 Interviews beruhen. Diese Untergrenze von 150 Fällen bezieht sich auf die ungewichtete Fallzahl und gilt für alle Ausweisungen (Regionen, Zielgruppen, Medium etc.), die als Prozentuierungsbasis dienen.

**7) Schwankungsbreiten:** Bei der Analyse und Interpretation der Ergebnisse aus der Media Server-Befragung sind die üblichen Schwankungsbreiten zu beachten.

**8) Auswertungsprogramme:** Es muss sichergestellt sein, dass mit jeder verwendeten Auswertungs-Software die Ergebnisse aus der Zähl-Software mit den Ergebnisse aus dem Media Server übereinstimmen. Derzeit wurden als Standard-Zähl- und Auswertungs-Software „Zervice“ von H.T.S. sowie „Evogenius“ von GfK festgelegt.

**9) Weiterverarbeitung der Ergebnisse:** Die Ergebnisse dürfen nur unverändert weiterverarbeitet werden, d.h. in Höhe und Definition so wie sie von den offiziellen Zählprogrammen ausgegeben werden. Bei der Weiterverarbeitung ist auf die mathematische bzw. statistische Korrektheit zu achten (z.B. keine Addition von Nettoreichweiten).

**10) Vergleich mit anderen Studien:** Ein Vergleich der Ergebnisse aus dem Media Server ist mit keiner anderen Studie (z.B. „Währungsstudien“) zulässig. Vergleiche von Media Server-Daten dürfen nur mit Media Server-Daten erfolgen.

**11) Darstellung von Ergebnis-Entwicklungen:** Wird ein Ergebnis aus dem Media Server mit vorangegangenen Media Server-Ergebnissen verglichen, dann müssen folgende Punkte beachtet werden:

- Darstellung der Entwicklung ist nur in Prozent zulässig
- Bei Vergleichen aus mehreren Media Server-Studien dürfen sich die Erhebungszeiträume nicht überlappen
- In jeder Veröffentlichung/Darstellung von Ergebnissen muss der jeweils aktuellste Wert aus dem Media-Server genannt werden (z.B. bei Darstellung von Zeitreihen/Vorperioden)

**12) Marketingaktivitäten im Einklang mit seriöser Markt- und Meinungsforschung:** Grundsätzlich gilt, dass Werbung unsachgemäßer bzw. irreführender Art zu unterlassen ist. Marketingaktivitäten (Werbung – off air oder on air sowie Promotions, Gewinnspiele etc.), die eine Verwechslung mit der Umfrageforschung „Media Server“ nahelegen, sind zu unterlassen.

Bei Marketingaktivitäten sind grundsätzlich folgende Regeln zu beachten:

- Jegliche Marketingaktivität muss deutlich als „Werbung“ gekennzeichnet sein
- Bei allen Marketingaktivitäten eines Mediums zum Zwecke einer eventuellen Reichweiten-Erhöhung ist die Verwendung des Begriffs „Media Server“ oder ähnliches (z. B. Server-Umfrage) untersagt

Bei allen Marketingaktivitäten muss der Absender/Auftraggeber dieser Aktion klar erkennbar sein.

**13) Pressearbeit:** Kontaktperson für die Pressearbeit ist die Geschäftsstelle Media Server. Für die gesamte Pressearbeit und öffentliche Stellungnahmen zum Media Server ist die Geschäftsstelle sowie das Präsidium Media Server zuständig.

**14) Kritik/Änderungsvorschläge/Fragen zur Datenanalyse** zum Media Server dürfen nur in den dafür eingerichteten Gremien (Vorstand, Präsidium, Technische Kommission, Prüfkommision) und/oder bei der Geschäftsstelle Media Server diskutiert werden. Eine öffentliche Diskussion über den Media Server ist nur o.g. Gremien und/oder der Geschäftsstelle vorbehalten.

Wer durch öffentliche Kritik statt interner Kontrolle und Verbesserung des Systems dem Media Server Schaden zufügt, kann von der Nutzung des Media Servers ausgeschlossen werden. Die Entscheidung obliegt dem Media Server-Vorstand.